

TULImust avaldus:

1. Projekti/töö nimi

Viska raha Tuulde ehk Tuul võlakirjade emissioon

2. Töö lühikirjeldus kuni 400 tähemärki

Eesmärgiks oli Eesti elektritõukeratta jagamisteenuse Tuul võlakirjade edukas emissioon. Kogu võlakirja emissiooniga seonduv turundus planeeriti ja teostati majasiseselt väliseid agentuure kaasamata. Võlakirja emissiooniga seonduv turundus hõlmas algset huvi tekitamist potentsiaalsetes investorites, võlakirja märkimisaegset info jagamist/turundust ja ka järelkommunikatsiooni. Periood 8.03-22.03.2022.

3. Töö esitaja ja projektiga seotud ettevõtete/inimeste andmed (ettevõtte/bränd, koostööpartnerid/agentuurid, projektiga seotud inimesed ja nende ametinimetused)

Victoria Tääker - endine Tuule turundusjuht ja praegune Äikese turundusjuht,

Silvia Linnuste - Tuule turundusspetsialist,

Gerlin Narits - Comodule turundusjuht,

Lauri Tõnisson - Disainer

4. Projekti/töö esitaja telefoninumber ja e-posti aadress, mida kasutatakse ainult juhul, kui on organisatoorseid küsimusi (näiteks žürii soovib esitada lisaküsimusi, töö valitakse auhinnasaajate hulka jne).

Silvia Linnuste - 56237024, silvia@tuul.xyz

5. Soovi korral lisa kuni 3 loovlahendust, mis aitavad tööd paremini mõista ja hinnata.

Koduleht - <https://tuul.xyz/investorile/>

Avalik veebiseminar ettevõtte ja võlakirja kohta info jagamiseks -

<https://www.youtube.com/watch?v=axe8CXuRcE4>



Facebook Ads -



Influencer koostöö -

6. PDF fail (faili suurus maksimaalselt 10 MB), milles on vastatud küsimustele:

- a. 6.1 Mis oli töö eesmärk? Lisa palun konkreetsed numbrilised ja mõõdetavad eesmärgid.

Kampaania eesmärk oli kaasata Eesti inimesi investeerima Tuul Mobility OÜ võlakirjadesse kogusummas 3,1 miljonit eurot. Pakkumisel oli kuni 6200 võlakirja.

b. 6.2 Kirjelda lühidalt töö teostamise etappe

a. Huvi tekitamine: märkimine on tulemas

i. PR:

1. <https://investor.postimees.ee/7471512/elektritoukerataste-rentija-tuul-kaasab-volakirjadega-raha>
2. <https://rikas.geenius.ee/rubriik/uudis/peagi-saab-investeeri-da-touksidesse-tuul-pakub-volakirju-ning-tuleb-tallinna-first-northile/>

ii. Maandumisleht, kus sai registreerida huvi emissiooni kohta (uudiskiri) - 952 huvilist liitus uudiskiurjaga

iii. Kommunikatsioon kõikides ettevõtte omakanalites + word of mouth Kõu Mobility ca 150 töötaja kaudu

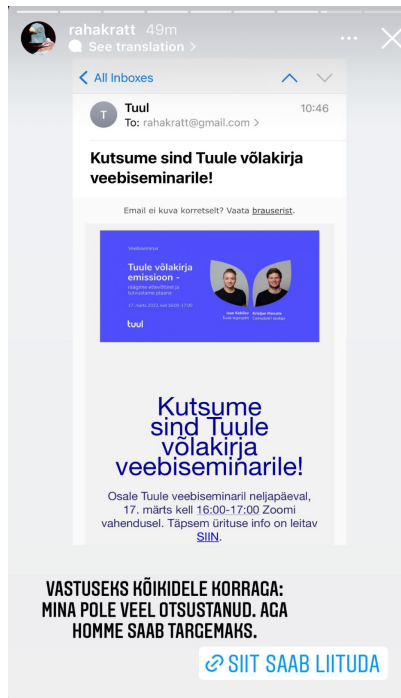
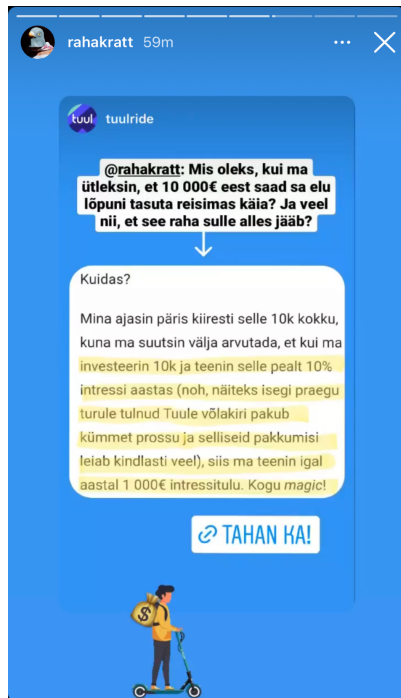
b. Avalik kampaania: algas märkimine ja võlakirja tingimused

i. PR

1. <https://www.aripaev.ee/borsiuudised/2022/03/10/tuule-volakirjade-markimine-algab-tallinna-borsil-homme>
2. <https://rikas.geenius.ee/rubriik/uudis/homme-algab-tuule-volakirjade-markimine-selgusid-tingimused/>
3. <https://arileht.delfi.ee/artikkel/120001684/tuul-pakub-investoritele-10-intressiga-volakirju>
4. <https://arileht.delfi.ee/artikkel/96170095/tuul-uritab-investoreid-meelitada-suure-intressiga>

ii. Finantsmaailma sisuloojatega koostöö

1. Jaak Roosaare
2. Miljonineiu
3. Investor Toomas
<https://www.aripaev.ee/investor-toomas/2022/03/17/tuule-volakiri-peibutab-korge-tootlusega>
4. Rahakratt:
[https://rahakratt.rahajutud.ee/mis-oleks-kui-ma-utleksin-et-10-000e-eest-saad-sa-elu-lop\[...\]-ja-reisimas-kaia-ja-vael-nii-et-see-raha-sulle-alles-jaab/](https://rahakratt.rahajutud.ee/mis-oleks-kui-ma-utleksin-et-10-000e-eest-saad-sa-elu-lop[...]-ja-reisimas-kaia-ja-vael-nii-et-see-raha-sulle-alles-jaab/)



- iii. Koostöö suuremate pankadega
 1. Võlakirja emiteerimise info kajastati suuremate pankade omakanalites

iv. Podcastid

1. Investoritund:

<https://podcasts.apple.com/ee/podcast/11-03-investoritund-10-tagatud-tootlust-ehk-märkida/id1543149727?i=1000553698871>

2. Swedbank Börsinädal posdcast:

https://open.spotify.com/episode/2m34zajXZ6oAC8H8uXzxkc?si=tKDs-fGETru4x_IY5956ng

c. Tuule klientide aktiveerimine

i. Uudiskirjad Tuule kliendibaasile ja huvi registreerunutele

1. Võlakirjade märkimine on alanud:

<https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/41/>

2. Kutsume sind Tuule võlakirja veebiseminarile!:

<https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/47/>

3. Tuule veebiseminar juba 30 minuti pärast:

<https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/49/>

4. Kuula Tuule veebiseminari järel:

<https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/50/>

5. Võlakirja märkimise lõpuni on jäänud 24 tundi!:

<https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/51/>

ii. Tuul App notifications

1. Võlakirjade märkimine on alanud

2. Viimane päev võlakirjade märkimiseks

iii. Sotsiaalmeedia

1. Facebook Ads turundus

2. Orgaaniline sotsiaalmeedia: postitused Facebookis, Instagrammis, LinkedInis



Pane Tuul enda
jaoks raha teenima



Viska
raha
Tuulde.
Targalt.

- d. Märkimisperioodi lõpu võimendus
 - i. Tuul Öhtu! Saates. Vaata [SIIT](#) (alates 13:30). Kajastus oli tasuta, pakkusime välja kontseptsiooni, et Öhtu saatejuhid panevad Comodule tehases ise kokku Tuul tõukeratast, et esile tõsta fakti, et tõuksid on siinsamas Tallinnas valmistatud.
 - ii. Veebiseminar Facebookis tutvustamaks ettevõtet ning võlakirja tingimusi.
 - iii. Foorumites postitamine ning huvilistega kaasarääkimine (Discord, LHV, Finantsvabaduse ning Naisinvestorite grupp Facebookis)
 - iv. Online reklaam Postimees.ee lehel
- e. Järelkommunikatsioon
 - i. Uudiskirjad
 1. Täname investeerimast Tuule tulevikku!: <https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/44/>
 2. First Northil algas kauplemine Tuul Mobility võlakirjadega: <https://zf9lq9gl.sendsmaily.net/template/preview/id/52/>
 - ii. PR kajastus tulemuste kohta
 1. <https://www.aripaev.ee/borsiuudised/2022/03/25/tuule-volakirjad-margiti-vaatamata-sojale-144-korda-ule>
 2. <https://arileht.delfi.ee/artikkel/120002088/tuule-volakirjad-margiti-tais>
 3. https://investor.postimees.ee/7485371/tuul-mobility-volakirjad-margiti-ule#_ga=2.138133488.1799058528.1648196749-693208270.1646725244
 4. <https://rikas.geenius.ee/rubriik/uudis/tuule-volakirjad-margiti-poolteist-korda-ule-selgus-jaotus/>

5. <https://www.aripaev.ee/borsiuudised/2022/04/04/tuule-volakirjad-tuhisesid-borsile>

6.3 Millised olid töö tulemused? Kas seatud eesmärgid said täidetud?

Märkimisest võttis osa 1757 investorit, kes esitasid märkimiskorraldusi kokku 4,453 miljoni euro eest, emissiooni maht märgiti 1,44kordselt üle. Raha eduka kaasamise tulemusena laienes Tuul nädal peale võlakirjade väljastamist Läti turule.

Sotsiaalmeedia katvus +200k inimest, Postimehe ja Äripäeva bännerite kaudu tuli kodulehele üle 2000 inimese ja Õhtu saadet vaatas üle 70k inimese. Tuule veebi loodud spetsiaalsel maandumislehel käis kokku ca 13 000 inimest. Võlakirja uudiskirja registreerus 952 inimest, keskmine open rate 55%.

6.4 Mis oli töös sellist, mis vääriks loominguksuse ja uuenduslikkuse osas esiletõstmist?

Kogu projekt disainist kommunikatsioonini viidi läbi ettevõttesiseste ressurssidega, st väliste agentuuride abita. Ka visuaalidel nähtavad modellid on Tuule töötajad. Kogu kampaania eelarveks oli 1500 eurot. Kui arvestada, et võlakirjadesse investeeris 1757 inimest, siis saame tuletada, et turunduskulu ühe investeerija kohta oli 85 senti.

Kampaania perioodil jagasime läbi mõjuisikute sooduskooide Tuule tõukeratast proovida, sest usume, et tõukeratta kvaliteet räägib enda eest. Kampaaniaperioodil sai Tuul lisaks investoritele ka 1292 uut registreeritud kasutajat, mis on ca 4 korda rohkem võrreldes tavaperioodiga.

Esiletõstmist väärib ka fakt, et vahetult enne kampaaniaperioodi algas Ukrainas sõda, mis tekitas paljudes inimestes ebakindlust ning investeerimismaastikul valitses teatav hirm investeringute tuleviku ees. Selle võrra rohkem pidime tekitama inimestes usaldust ning kindlustunnet.